

Eina de gestió de clients (CRM)

Plec de condicions tècniques

Setembre 2020

Daniel Baena Mirabete

Tec. Analista Inf. Márqueting

Índex

1.	Introducció	4
1.1	Objecte	5
1.2	Abast i àmbit d'aplicació	5
2.	Objectius generals	6
3.	Situació actual	7
4.	Processos als que dona suport el CRM	8
4.1	Atenció al client.....	8
4.2	Màrqueting.....	10
5.	Solució a implantar	12
5.1	Common Data Service.....	12
5.2	Fitxa de client – Visió 360	15
5.3	Unified Service Desk	18
5.4	Comunicacions i Màrqueting	20
5.5	Protecció de Dades Personals	22
6	Oficina Tècnica	22
6.1	Gestió del projecte	22
6.2	Assessorament i acompanyament en la recollida de requeriments funcionals	22
6.3	Gestió del canvi i de la transformació de TMB	23
7	Fases del projecte	24
8	Proposta d'implantació i metodologia de projecte	24
9	Servei de manteniment correctiu i evolutius	26
9.1	Acords de Nivell de Servei.....	27
9.2	Temps resolució d'incidències.....	27
9.3	Temps de resposta a sol·licituds de manteniment correctiu/evolutiu	27
10	Condicions de l'execució	28
10.1	Confidencialitat	28
10.2	Propietat intel·lectual	29
10.3	Comunicacions externes	29
10.4	Organització de TMB	30

10.5 Eines de TMB	30
10.6 Equip de treball.....	¡Error! Marcador no definido.
10.7 Desenvolupament de l'activitat	30
10.8 Calendari previst.....	30
10.9 Garantia	30
1 Anexo.....	32

1.Introducció

TMB té com a objectiu implementar una eina de gestió de clients (un CRM, Customer Relationship Management) que permeti registrar totes les interaccions amb els clients orientada a tres àrees: la gestió comercial, el màrqueting i l'atenció al client.

L'ús el CRM forma part d'una **estratègia orientada al client en la qual totes les accions tenen l'objectiu final de millorar l'atenció i les relacions amb clients actuals i potencials així com millorar els plans de fidelització i comercialització de productes i serveis**. L'eina i l'orientació al client proporcionen resultats demostrables, tant per disposar d'una gestió comercial estructurada, que potencia la productivitat en les vendes, com per oferir un coneixement profund del client que permet plantejar campanyes de màrqueting més efectives i la seva fidelització.

TMB és planteja el projecte en dues fases:

1. Processos	Es tracta de convertir les necessitats en funcions dintre del CRM, revisant i documentant els processos vinculats amb el client orientats a vendes, màrqueting i atenció al client. Aquesta fase també inclou la redacció d'una proposta del mapa tecnològic (eines tecnològiques que millor s'adeqüin) i la redacció dels plecs tècnics que permetin contractar la seva implementació.
2. Implementació	Una vegada establerts els requisits i l'eina a implementar caldrà executar la implantació. Aquesta fase implica la configuració de l'eina i la seva posada en marxa, així com donar suport als usuaris i gestionar de forma correctiva i evolutiva l'eina.

El present document detalla les condicions tècniques per a contractar la fase de Implementació.

Actualment, TMB disposa de diferents sistemes informàtics i bases de dades per a gestionar i relacionar-se amb els usuaris dels serveis de les diferents àrees funcionals. Aquestes bases de dades no estan integrades entre si i cadascuna pot tenir diferències en estructura, format i objecte. Com a conseqüència, la informació dels clients està dispersa en els diferents sistemes i no es poden gestionar de forma unificada. A més, el departament d'atenció al client, al no disposar d'una base de dades unificada, ha d'accedir a múltiples aplicacions per a poder donar resposta a una petició o incidència d'un usuari.

Com a part del seu pla estratègic i en l'escenari de la introducció de la T-Mobilitat, TMB té com objectius millorar l'atenció als seus clients i impulsar un pla de màrqueting relacional basats en el coneixement i perfilat dels usuaris i que permeti posicionar-se com un referent de l'àrea de transport tot i mantenint i incrementant el nivell de vendes així com fidelitzar als clients a través d'una relació més personalitzada..

En aquest context, s'ha dut a terme una anàlisi de processos (fase 1 del projecte: Processos) per a la implantació d'una eina de gestió de clients que cobreixi les necessitats funcionals i tecnològiques actuals i previstes pel futur. Entre les eines valorades, s'ha triat Microsoft Dynamics com a solució per a donar resposta a aquests requeriments i servir de plataforma per al creixement i diversificació del negoci de TMB amb una estratègia consistent de gestió de clients.

1.1 Objecte

L'objecte d'aquest plec és el projecte íntegre d'implantació d'un sistema CRM basat en Microsoft Dynamics 365: fixar els requisits i característiques tècniques i funcionals, implantació, desenvolupament si fos necessari, configuració, migració, posta en marxa, assessorament, formació i suport a la operació del sistema que compleixi amb les necessitats requerides per TMB.

1.2 Abast i àmbit d'aplicació

L'abast del present plec és la contractació dels serveis de:

- Implantació, migració de dades i processos, desenvolupament si cal, configuració, formació i suport del següents mòduls del CRM de Microsoft Dynamics:
 - o Common Data Service (CDS)
 - o Unified Service Desk (USD)
 - o Fitxa 360º Client
 - o Mòdul de comunicació de Màrqueting
- Migració al CRM de les dades i processos per a la desconnexió de les eines MAPP i XCampaign.
- L'Oficina Tècnica dedicada a la gestió del projecte i acompanyament en la transformació de la gestió de clients de TMB i presa de requisits funcionals per a la implantació i configuració funcional de la solució per cobrir les necessitats concretes de TMB.
- Manteniment correctiu, perfectiu i petits evolutius sobre el CRM implantat.

L'adquisició de les llicències no és objecte de la present contractació.

El sistema haurà d'integrar-se amb els processos actuals i els derivats de la propera implantació de la T-Mobilitat en l'àmbit d'atenció al client i gestió comercial, suportar tots els processos de màrqueting de TMB i sincronitzar les dades amb els sistemes actuals de TMB.

Caldrà tenir en compte l'anàlisi dels diferents tipus de perfil d'usuari de TMB i configurar l'eina per assignar a cadascun les llicències i permisos adients.

El seu impacte organitzatiu és transversal i impactarà directament sobre les àrees funcionals de TMB detallades a continuació:

- Atenció al Client
- Màrqueting
- Comercial
- Bon govern

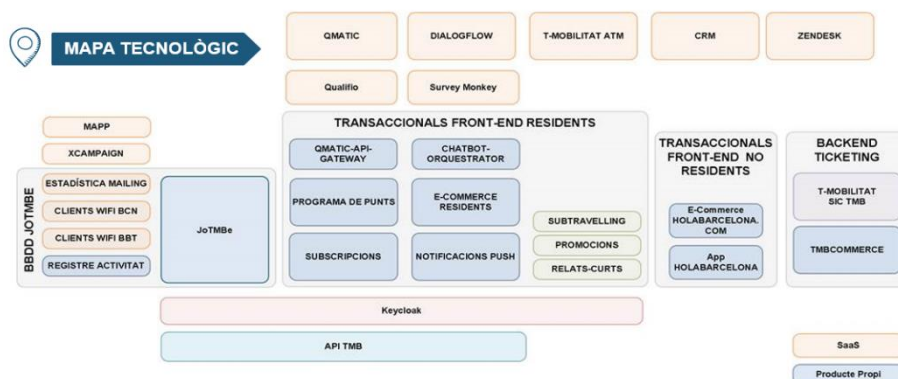
2.Objectius generals

La implantació de l'eina indicada ha de permetre assolir les següents fites:

- Unificació de dades de client (implantació del CDS): integració, depuració i sincronització de totes les bases de dades de TMB requerides en el present plec per a obtenir un registre únic de client, gestionant-ne i evitant els duplicats, aconseguint així tenir informació única i completa de cada client que serveixi per segmentar i personalitzar les polítiques de màrqueting i comunicació.
- Visió 360 de la fitxa de client: fer accessible la visió de 360º de client als usuaris d'Atenció al Client de manera que es tingui tota la informació necessària a l'hora de realitzar una atenció.
- Gestió de la RGPD en un sistema únic: permetre gestionar des de la mateixa solució CRM les clàusules i acceptacions de la RGPD i integrar-se amb les altres aplicacions on es recullen consentiments de clients (àrea de client JoTMBé i formularis web).
- Integració de les aplicacions d'Atenció al Client dins l'USD: permetre als usuaris d'Atenció al Client l'accés a les diferents aplicacions transaccionals i de consulta de manera contextual (sense haver de tornar a introduir les dades de client ni el context operatiu específic del moment a la aplicació destí) i amb una única autenticació inicial.
- Enviament de comunicacions al client, tant ad-hoc com a través de workflows automatitzats en base a la informació continguda al CDS. En aquest sentit, ha de permetre eliminar les aplicacions actuals MAPP i XCampaign. Dins l'abast del projecte es troba la migració dels workflows actuals i bases de dades d'aquestes eines i l'acompanyament en la desconexió. Caldrà analitzar també si cal o no mantenir l'aplicació Survey Monkey. En cas que no calgués, s'hauran de migrar igualment les bases de dades, processos i acompanyar en la desconexió.

3. Situació actual

A continuació es mostra el mapa d'aplicacions actual de TMB:



Aquestes aplicacions donen suport a tota la operativa de clients de TMB de cadascuna de les àrees però presenten les següents limitacions i característiques:

- Les bases de dades on s'emmagatzema informació de clients no estan connectades entre sí i, per tant, no és possible tenir el perfil complet dels clients malgrat es disposi de la informació fragmentada.
- La qualitat de les dades contingudes a la Base de Dades JoTMBé és mitjana, amb molts registres inactius i/o amb informació incompleta. S'estima que d'uns 800.000 registres, aproximadament una quarta part són vius.
- L'eina principal d'Atenció al Client és Zendesk Suport per a atenció presencial i digital i Zendesk Talk per a atenció telefònica. Tanmateix, els agents actualment han d'accedir a un conjunt d'aplicatius transaccionals accessoris per acabar de realitzar les atencions als clients.
- TMB té instal·lat un sistema d'atenció presencial amb Cita Prèvia amb QMatic que haurà d'integrar-se amb el CRM amb la finalitat d'identificar automàticament al client que hagi validat la cita prèvia dins del Escriptori Unificar – USD (obertura de la fitxa del client en la posició d'atenció corresponent d'acord a la distribució de QMATIC).
- El departament de Màrqueting utilitza les eines MAPP i XCampaign per a l'enviament de comunicacions i s'utilitza Survey Monkey per a l'enviament d'enquestes.
- A Xarxes Socials es fa servir Qualifio per a la captació de dades de clients.

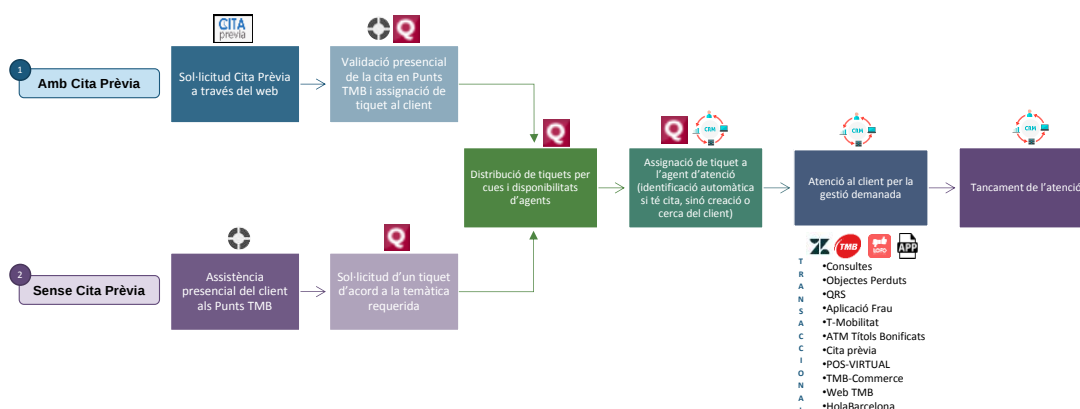
4.Processos als que dona suport el CRM

A continuació es presenta una relació dels processos principals als que ha de donar suport el CRM en les tres grans àrees funcionals implicades en la gestió dels clients.

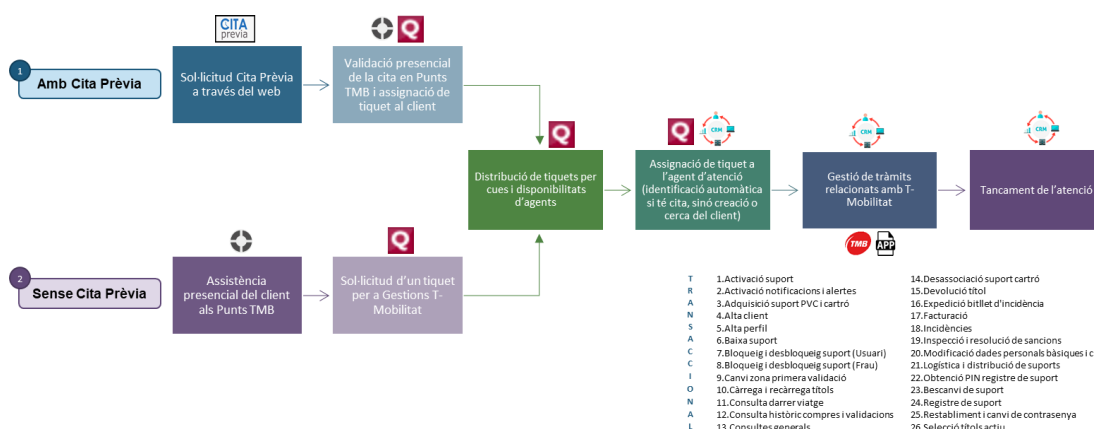
4.1 Atenció al client

Atenció presencial

En l'atenció presencial és important destacar la integració del CRM amb Q-Matic i Cita Prèvia per a la identificació automàtica del client i apertura de la corresponent fitxa, si és que l'usuari està identificat, sinó s'ha de donar d'alta el client al CRM a partir de les dades facilitades en la sol·licitud de la cita prèvia. D'altra banda, és de gran importància la integració de les diverses aplicacions transaccionals en l'Escriptori Unificat.

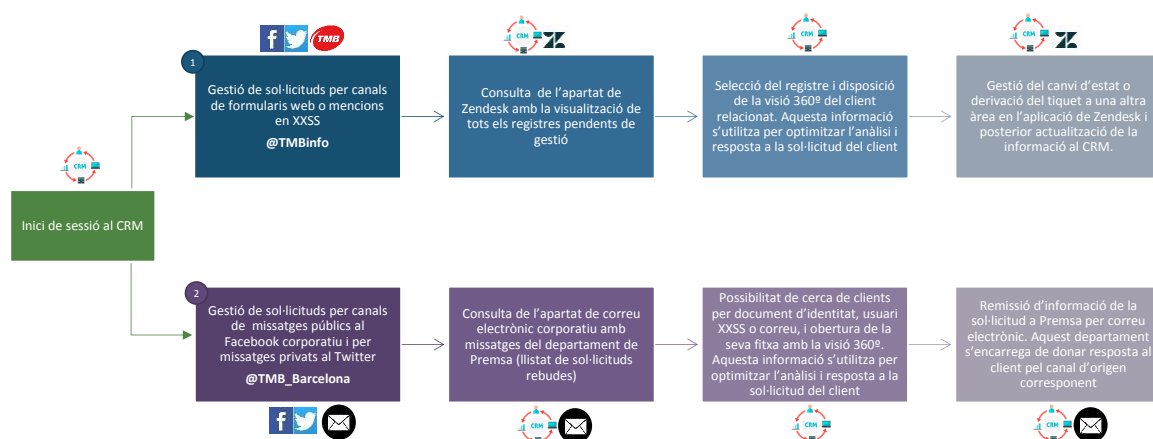


A partir de desembre de 2020 està previst que entri en funcionament la T-Mobilitat. En aquell moment, les Oficines d'Atenció incrementaran la seva activitats per tràmits relacionats amb el nou sistema.



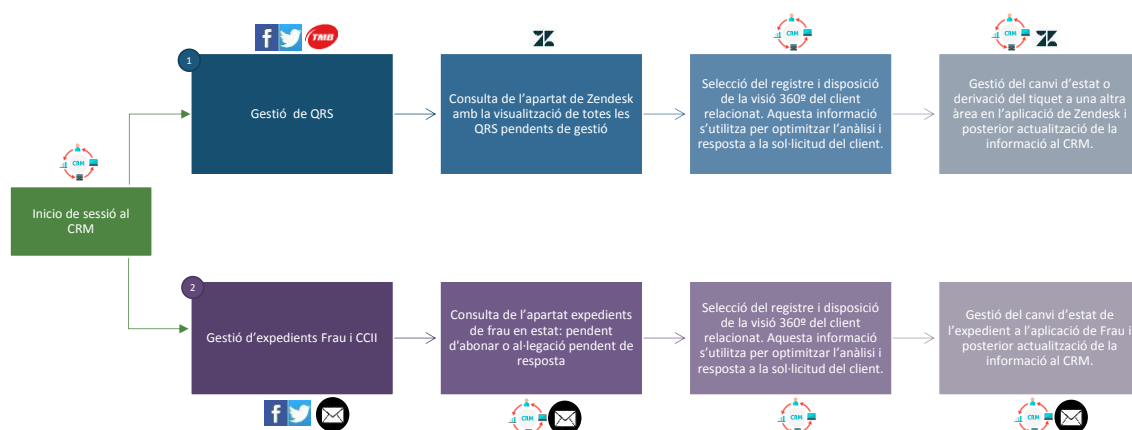
Atenció digital

L'atenció digital sempre s'inicia per un tiquet que s'obre a Zendesk. Amb la selecció del tiquet corresponent, caldrà poder obrir automàticament la fitxa del client si és que l'usuari està identificat a partir dels criteris de negoci que es determinin (DNI, email, núm telèfon, etc). En aquest sentit, caldrà definir els fluxos i criteris exactes per a la identificació dels usuaris.



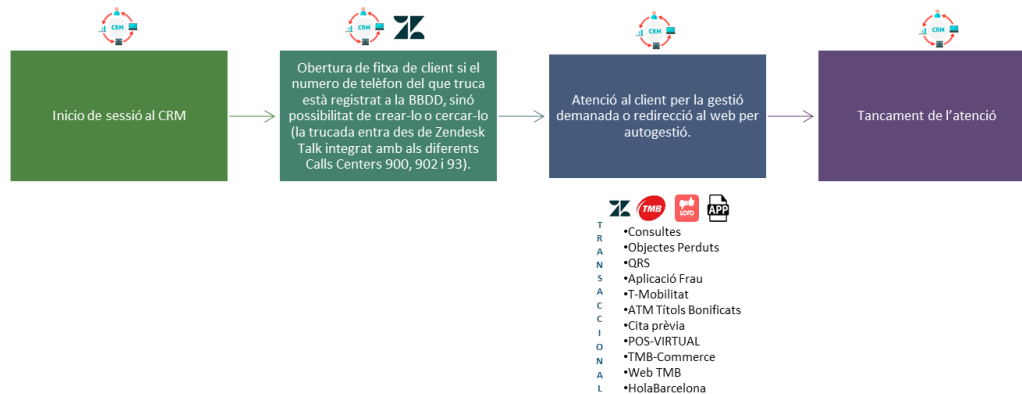
Oficina d'atenció especialitzada

L'Oficina d'Atenció Especialitzada inicia la seva activitat per un tiquet obert a Zendesk. Amb la selecció del tiquet corresponent, caldrà poder obrir automàticament la fitxa del client si és que l'usuari està identificat a partir dels criteris de negoci que es determinin (DNI, email, núm telèfon, etc). En aquest sentit, caldrà definir els fluxos i criteris exactes per a la identificació dels usuaris.



Atenció telefònica

L'Atenció telefònica sempre s'inicia per una trucada entrant que obre un tiquet a Zendesk. Caldrà definir els criteris de negoci i legals per a la identificació del client a partir de la trucada entrant.

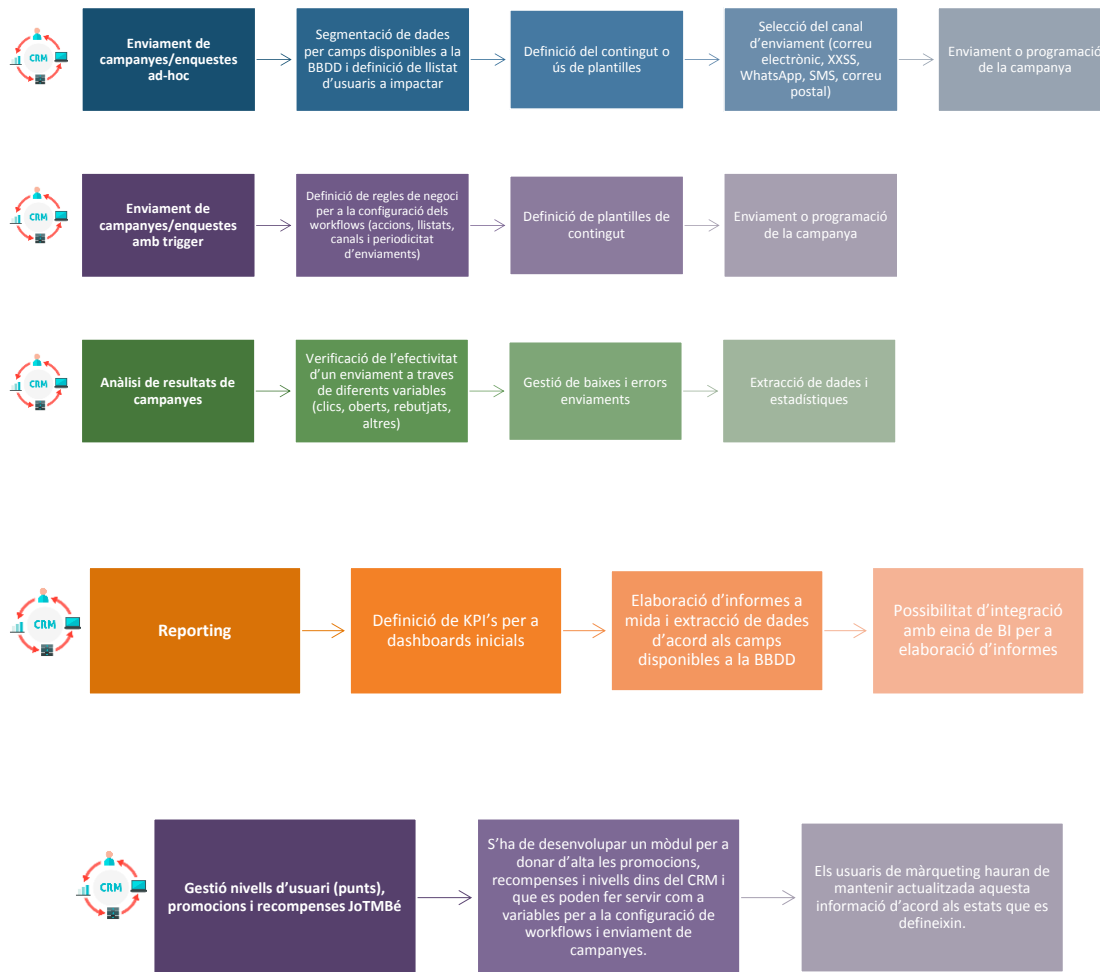


4.2 Màrqueting

Màrqueting necessita potenciar els següents processos:

- Segmentació de clients: Actualment el sistema permet una segmentació molt bàsica. Amb la implantació del CRM es necessitarà fer segmentacions molt més personalitzades a partir de tota la informació disponible dins el CDS.
- Enviament de comunicacions: es necessita poder automatitzar l'enviament de comunicacions (e-mails / enquestes) en funció de l'activitat del client. En aquest sentit, actualment per a Clients Visitants hi ha un procés definit dins l'aplicació MAPP d'enviament d'emails per potenciar la venda creuada. És important migrar aquests processos al nou CRM.
- Informes: caldrà definir i preparar informes per avaluar l'efectivitat de les comunicacions i campanyes.
- Programa de punts i club JoTMBé: Actualment TMB té definit un programa de pertinença al seu club JoTMBé amb acumulació de punts segons l'activitat realitzada i accés a promocions. En el moment de redacció del plec, s'està redefinint el model de pertinença al club. S'espera de l'adjudicatari l'acompanyament en aquest procés i l'avaluació i decisió de com incorporar-lo al CRM.

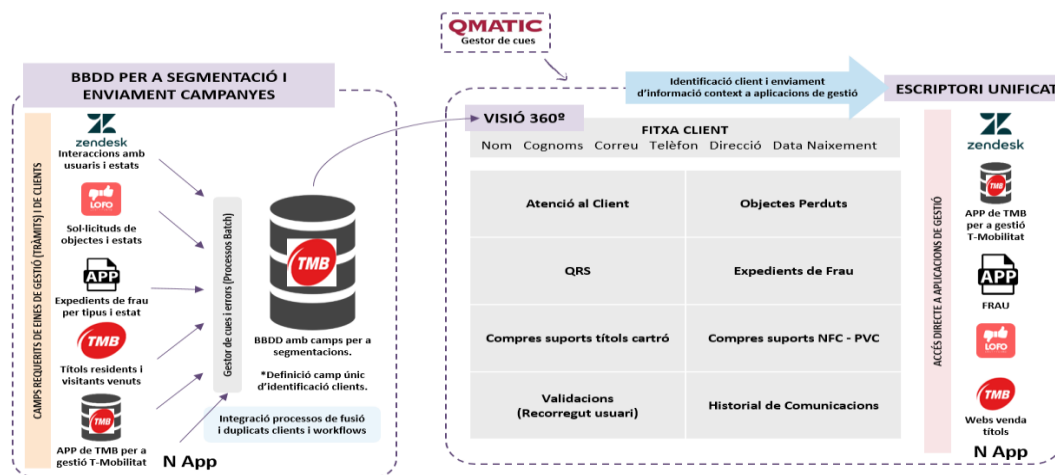
Eina de gestió de clients (CRM)



5. Solució a implantar

L'adjudicatari haurà d'implantar la solució descrita a continuació.

El model futur definit per implantar a TMB es mostra a alt nivell en la figura a continuació:



A continuació es descriuen els requeriments mínims de la solució CRM.

5.1 Common Data Service

L'adjudicatari haurà de fer l'anàlisi funcional i tècnica per a la migració, duplicació, depuració i posta en marxa i posterior alimentació del Common Data Service a partir de les dades obtingudes de les següents aplicacions i bases de dades de TMB:

- Zendesk (Support, Talk, Guide i Explore i possibilitat d'integrar mòduls futurs)
- Base de dades JoTMBé i programa de punts
- XCampaign
- MAPP
- Aplicacions transaccionals comercials:
 - o E-Commerce Hola Barcelona
 - o App Hola Barcelona
 - o E-Commerce Residents
 - o T-Mobilitat
- Wifi BCN, Wifi Aeroport, Wifi BTT
- Aplicació Frau (Expedients de frau i conductes incíviques)
- Vendes i validacions provinents de la T-Mobilitat
- LOFO (inventari d'objectes perduts dins de TMB i consultes i registre de noves sol·licituds)
- Aplicació ATM T-Mes Bonificats (clients amb dret a títol FM/FN o T-Mes Bonificat)
- Aplicacions transaccionals de facturació:
 - o Aplicació ATM

- POS-VIRTUAL
- Qualifio

D'aquestes aplicacions, XCampaign i MAPP acabaran sent substituïdes pel CRM i, per tant, caldrà tenir-les en compte per a la càrrega de dades inicials però no caldrà considerar-les com a font de dades a partir de la posta en marxa del mòdul de Màrqueting de CRM. Caldrà analitzar també la conveniència o no de mantenir Survey Monkey i també analitzar si és necessari migrar-ne dades personals.

Dins l'abast del projecte es troba l'acompanyament i assessorament a TMB en la definició dels criteris de negoci per tal de determinar:

- Criteris de depuració de les bases de dades actuals i migració de l'històric
- Criteris per a la identificació única de clients: identificació, duplicació i fusió. La clau principal hauria de ser el DNI seguida de l'adreça d'email, però caldrà establir les regles exactes per a la integració de les diferents fonts de dades dins el CDS.
- Criteris per a l'actualització de les dades (periodicitat, gestió d'errors).
- Criteris per a la depuració periòdica i esborrat de dades.
- Creació del nou model de dades global
- Determinació de l'origen de les dades en cada cas

L'adjudicatari haurà de determinar com procedir amb la fusió d'usuaris per tal d'evitar duplicitats, tenint en compte que en alguns canals no disposem de DNI ni email del client (ex. XXSS, canal telefònic).

Inicialment, s'han identificat el següent conjunt de dades a incorporar al CDS, les quals hauran d'estar relacionades amb un identificador únic de client (Relació 1:N - Client: Gestions Transaccionals). Cal tenir en compte que tant l'origen de dades com els camps a incorporar-hi es poden veure modificats (ampliats, reduïts) durant el desenvolupament del projecte. També caldrà tenir en compte el tractament específic per a unitats familiars i menors d'edat:

Origen de dades	Camps
Dades bàsiques de client – Zendesk / JoTMBé / Hola Barcelona	(Nom, Primer Cognom, Segon Cognom, Tipus Document d'Identitat, Document d'identitat, Correu Electrònic, Mòbil, Data Naixement) + perfils Adreça (en cas d'enviament de suport o CP en cas de ser de MésJoTMBé)
Consultes (Zendesk)	(Numero tiquet Zendesk, Estat, Data Estat)
QRS (Zendesk)	(Numero tiquet Zendesk, Estat , Data Estat, SLA)
Objectes Perduts	(Numero tiquet LOFO, Descripció objecte, Estat, Data

(LOFO)	estat)
Expedients Frau (Aplicació Frau)	(C.P.R, Emissora, Numero d'expedient, Descripció, Estat, Data inici expedient)
Expedients CCII (Aplicació Frau)	(Codi expedient, Import pendent d'abonar)
Suports T-Mobilitat	(Tipus Suport: Cartró, PVC, NFC, Codi títol, tipus títol, vigència, total viatges, total viatges utilitzats, Data compra)
Validacions usuari (T-Mobilitat)	(Codi títol, tipus títol, tipus suport, bus, xarxa metro, xarxa tram, xarxa BBT, Data de validació)
Historial de Comunicacions – diverses aplicacions (Zendesk, CRM, alertes i notificacions push T-Mobilitat)	(Per correu electrònic, telèfon, Facebook, TwitterWhatsApp Business, SMS, Data d'enviaments)
Títols bonificats – Transaccional TMB (Aplicació ATM Bonificats)	(Codi títol, tipus, vigència, beneficiaris, data registre)
Històric de compres – (Transaccional TMB, T-Mobilitat, POS-VIRTUAL, App ATM)	(Distribuïdor "FGC", "ATM", "TMB", Tipus Títol, Data compra, Mètode Pagament, 4 últims dígit targeta)
Hàbits – JoTMBé	Línies Bus preferides, parades bus preferides, línies metro preferides, estacions metro preferides, llocs guardats Gustos/preferències/interessos capturats a través de

	Qualifo
Punts (programa de punts) - JoTMBé	Nivell, punts acumulats, premis/punts bescanviats

5.2 Fitxa de client – Visió 360

La fitxa de client que ha de ser accessible pels agents d'Atenció al Client ha de partir de les dades del Common Data Service. Algunes caldrà mostrar-les tal com són i per altres es necessitarà algun tipus de càlcul o filtres. Inicialment, s'han identificat les condicions que es mostren a la taula a continuació. En tot cas, durant el projecte caldrà validar-les. Podran ser modificades, ampliades o reduïdes :

Requisits funcionals Visió 360°	Camps	Descripció
Procés identificació client	(Document d'identitat, correu electrònic, telèfon)	Aquests són els camps originalment identificats per a poder realitzar cerques de clients dins el CRM.
Mòdul Gestió de Consentiments	Tipus: - Esdeveniment i avisos. - Novetats. - Newsletter. - Alertes favorits. - Alertes de saldo i caducitat (Nova T-Mobilitat). Canals: - Adreça electrònica (totes les comunicacions).	Accés a l'estat de les autoritzacions en matèria de protecció de dades i possibilitat de canviar segons el client hagi indicat i que aquesta modificació s'actualitzi en les altres aplicacions que recullin consentiments (àrea de client JoTMBé, T-Mobilitat)

	- Notificacions APP TMB (només per a Alertes favorits).	
Mòdul Fitxa Client	(Nom, Primer Cognom, Segon Cognom, Tipus Document d'Identitat, Document d'identitat, Correu Electrònic, Mòbil, Data Naixement) + perfils Adreça en cas d'enviament de suport T-Mobilitat o CP en cas de formar part de MésJoTMBé	Mostra les dades personals i de contacte del client sense transformació
Mòdul Consultes	(Numero ticket Zendesk, Data Estat)	Filtre: Estat <> Result
Mòdul QRS	(Numero ticket Zendesk, Estat , Data Estat, SLA)	Filtre: Estat <> Result
Mòdul Objectes Perduts	(Numero ticket LOFO, Descripció objecte, Data estat)	Filtre: Estat <> Result
Mòdul Expedients Frau	(C.P.R, Emissora, Numero d'expedient, Descripció, Estat, Data inici expedient)	Filtre: Pendent d'abonar o al·legació pendent de resposta
Mòdul Expedients CCII	(Import pendent)	Filtre: Pendent d'abonar
Mòdul Suports T-Mobilitat	(Tipus Suport: Cartró, PVC, NFC, Codi títol, tipus títol, vigència, total viatges, total viatges utilitzats, Data compra)	Possibilitat de definir agregacions / condicions (Indicar si té, quantitat i estat). Visió resumida sense detall.

Mòdul validacions usuari	(Codi títol, tipus títol, tipus suport, bus, xarxa metro, xarxa tram, xarxa BBT, Data de validació)	Possibilitat de definir agregacions / condicions
Mòdul Historial de Comunicacions Visualització de totes les interaccions bidireccionals client-TMB a través dels diferents canals (comunicacions emeses i rebudes, participació en concursos i promocions, interaccions per XXSS, altres).	(Per correu electrònic, telèfon, Facebook, Twitter, WhatsApp Business, SMS, Data d'enviaments)	Possibilitat de definir agregacions / condicions
Mòdul títols bonificats	(Codi títol, tipus, vigència, beneficiaris, data registre)	Possibilitat de definir agregacions / condicions
Mòdul històric de compres	(Distribuïdor "FGC", "ATM", "TMB", Tipus Títol, Data compra, Mètode Pagament, 4 últims dígit targeta)	Possibilitat de definir agregacions / condicions
Hàbits	Línies Bus preferides, parades bus preferides, línies metro preferides, estacions metro preferides, llocs guardats Gustos/preferències/interessos capturats a través de Qualifo	Possibilitat de definir agregacions / condicions

Punts (programa de punts)	Nivell, punts acumulats, premis/punts bescanviats	Possibilitat de definir agregacions / condicions
Satisfacció de client	Valoració d'enquestes de servei	

En tot cas, l'adjudicatari haurà de validar cadascun d'aquests requeriments i ajustar les condicions i agregacions per tal de mostrar la informació a la fitxa 360.

5.3 Unified Service Desk

El departament d'Atenció al Client de TMB necessita una eina que integri les diferents aplicacions de BackOffice i de gestió que es disposen. Actualment per atendre una petició d'un client l'agent ha d'entrar a diferents aplicacions, cadascuna amb el seu inici de sessió, cosa que allarga el temps d'atenció. Es vol millorar l'atenció al client mitjançant una eina que permeti amb un sol login (SSO) i des de la fitxa del sistema CRM accedir a les diferents aplicacions de TMB i realitzar operacions concretes.

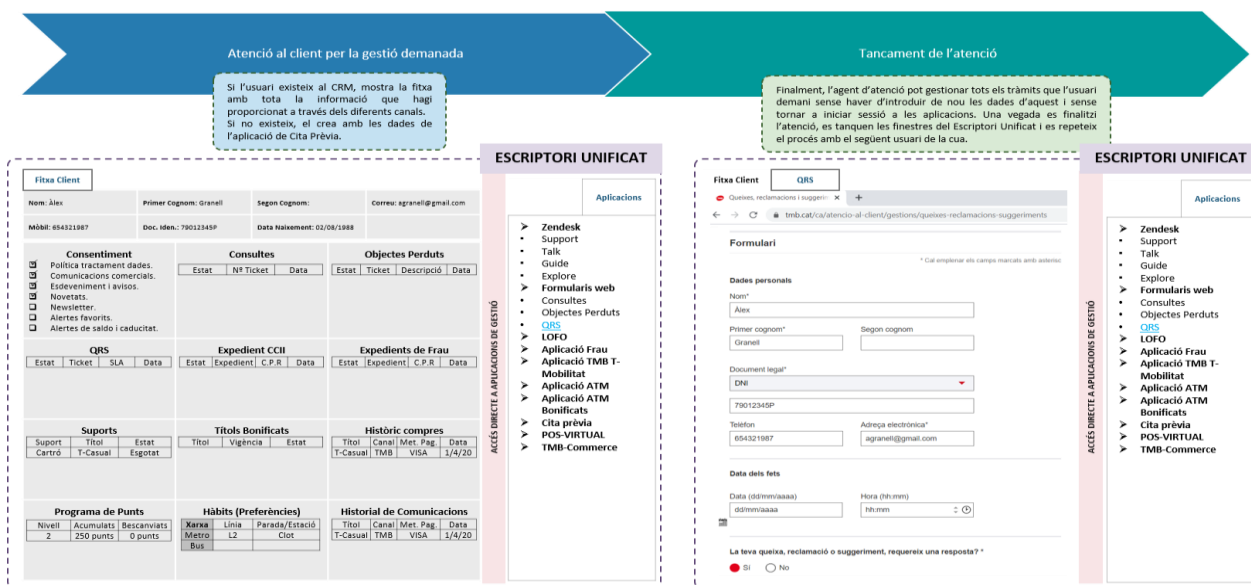
És obligatori integrar Zendesk dins de la solució d'escriptori unificat per a aquells usuaris de la divisió d'Atenció al Client presencial, digital i telefònic.

L'escriptori unificat haurà de permetre a l'operador navegar entre les diferents aplicacions integrades i des de la fitxa d'un client accedir directament a l'aplicatiu tercer per a gestionar-lo sense tornar a introduir les dades d'autenticació, ni de client, ni de context operatiu a la aplicació destí.

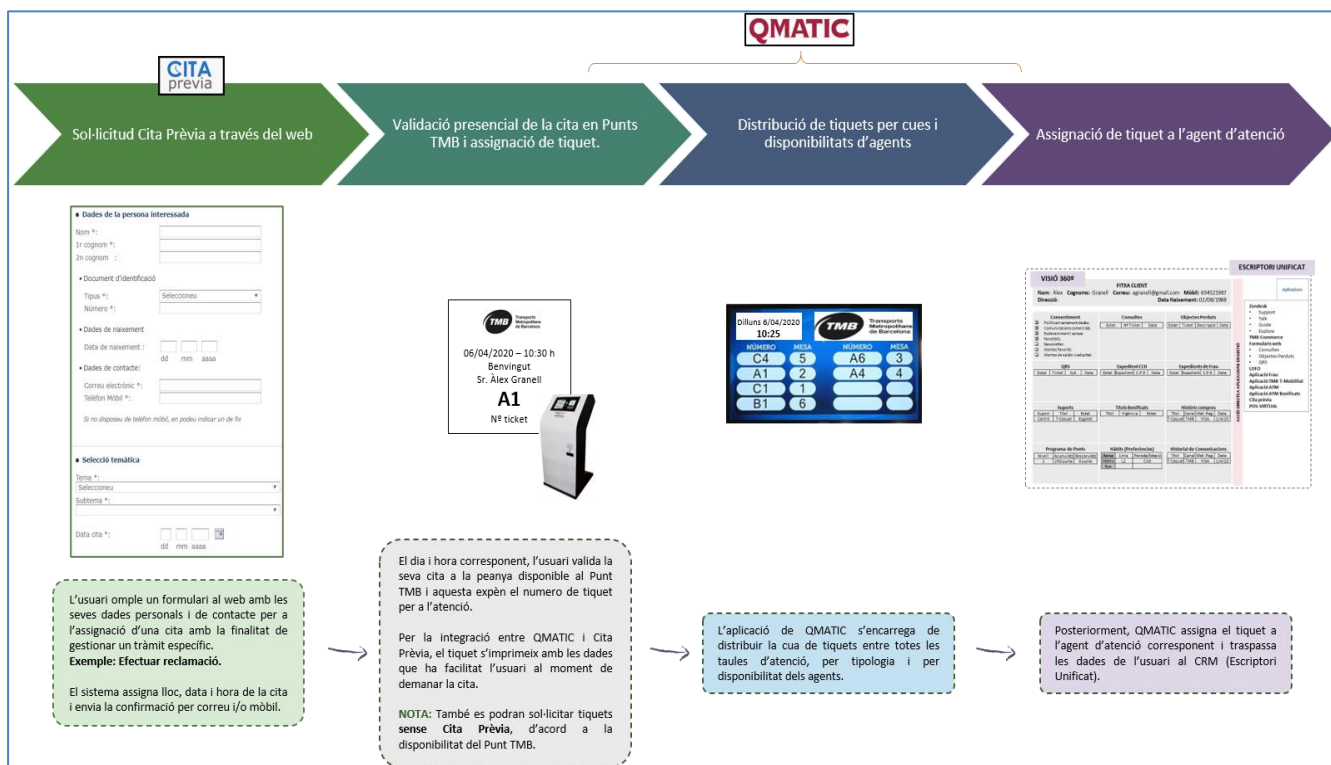
Així doncs, l'Escriptori Unificat permetrà a l'Agent gestionar els nous tiquets d'usuari tenint a l'abast la visió completa de la informació de què TMB disposa sobre aquell usuari i realitzar els tràmits necessaris en les aplicacions corresponents sense que li calgui tornar-se ni cercar el client.

Per tant, el funcionament de l'Escriptori Unificat pel que fa a l'Atenció al Client es resumeix en el següent esquema:

Eina de gestió de clients (CRM)



A més a més, es detalla el funcionament que ha de tenir l'aplicació de Q-Matic pel que fa a la gestió de la cita prèvia integrada amb l'escriptori unificat i CRM.



A continuació s'esmenten les aplicacions de TMB que es considera que cal integrar dins l'USD. S'espera de l'adjudicatari l'anàlisi tècnica i funcional detallada de cadascuna de les integracions:

Aplicació a integrar	Descripció del procés
Zendesk amb els seus mòduls actuals (Support, Talk, Guide i Explore)	Support: Registre i gestió de consultes i QRS. Talk: Identificació usuari que truca.
Aplicació Lost & Found https://www.lostandfoundsoftware.com/	Consulta, registre i gestió d'objectes perduts.
Aplicació Frau	Consulta i gestió expedients CCII i Frau.
Web tmb.cat	Formulari presentació d'al·legacions.
	Formulari justificants d'incidència.
	Formulari avís de desperfectes.
	Formulari sol·licitud alta de perfil FM/FN
Aplicació TMB T-Mobilitat	Alta client i altres processos T-Mobilitat
Aplicació ATM T-Mes Bonificats	Verificació dret a títol FM/FN o T-Mes Bonificat.
Aplicació Tresoreria TMB	Gestió de QRS en relació a devolucions de pagaments.
Cita Prèvia. Q-Matic	Creació, modificació i cancel·lació de cites.
Aplicació ATM	Facturació títols.
TMB-Commerce	Facturació títols.
POS-VIRTUAL	Venda i facturació títols.

5.4 Comunicacions i Màrqueting

L'adjudicatari haurà d'implantar el mòdul de comunicacions del CRM de Microsoft Dynamics de manera que:

- Es puguin realitzar segmentacions sobre les dades contingudes al CDS i assignar perfils als usuaris
- Es puguin definir workflows automàtics d'enviament de comunicacions.

Requisits funcionals gestió perfils de clients	Descripció
Assignació de perfil del client	Categorització dels clients en funció dels atributs / segmentació / categories que es determini (<i>per exemple: Pla de captació, pla de fidelització, pla de retenció i pla de rescat</i>).
Disposició del "timeline" directe dels clients i anàlisi del tot el cicle de vida	Disposició d'informació actualitzada del client durant tot el Customer Journey.
Planificació d'estratègies de màrqueting, execució d'accions, gestió de recursos i assignació de pressupostos	Possibilitat de preparar amb anticipació les campanyes a dur a terme mitjançant workflows pre-definits. Enviament de comunicacions i enquestes.
Segmentació per camps definits al model de dades	Segmentació per camps de diversa tipologia i recollits a través de diferents aplicacions integrades per millorar el coneixement del client (CDS).
Generació de dashboards predefinits amb informació rellevant dels KPI's del negoci	Construcció d'un nombre determinat de dashboards que mostrin de forma agregada i permetin analitzar la informació disponible al cor de CRM.

Actualment l'enviament de comunicacions es fa a través de les eines MAPP i XCampaign. El licitador haurà de preparar un pla per a la migració de dades i processos actualment realitzats en aquestes eines cap al nou CRM i acompanyar TMB en el procés de desconnexió i posta en marxa del CRM. De la mateixa manera, caldrà analitzar la necessitat i conveniència de mantenir Survey Monkey.

5.5 Protecció de Dades Personals

És necessari en tots els casos el compliment estricte de la llei de protecció de dades. Per tant, és necessari que en tots els processos de la solució i per a cadascun dels canals el sistema CRM controli si està signat el consentiment i la seva vigència, per permetre o no realitzar operacions.

A cada fitxa de client s'ha de poder visualitzar les autoritzacions per enviament de comunicacions i tractament de dades i s'han de poder modificar. Un mateix client pot tenir signat un nivell de consentiment per a una activitat i al mateix temps no tenir-la signada per a una altra.

L'adjudicatari ha de realitzar un anàlisi detallat amb la col·laboració de TMB, per concretar, per a cada usuari, quin número de consentiments s'hauran de gestionar i la classificació d'aquests.

6 Oficina Tècnica

El licitador haurà de proposar una oficina tècnica que compleixi les tres funcions següents:

- Suport a TMB en la gestió del projecte global d'implantació del CRM.
- Assessorament de negoci i acompanyament en la definició i recollida de requeriments funcionals.
- Gestió del canvi i transformació de TMB

L'Oficina Tècnica acompanyarà la fase d'implantació de la solució

6.1 Gestió del projecte

La gestió del projecte global la durà a terme TMB amb el seu equip intern de projectes. El licitador haurà de donar suport a aquest equip en la planificació, control i seguiment de les diferents fases i tasques del projecte.

6.2 Assessorament i acompanyament en la recollida de requeriments funcionals

L'Oficina Tècnica proporcionarà serveis d'assessorament i acompanyament a TMB per a la definició i recollida dels requeriments funcionals per a la implantació del CRM així com per

a la transformació dels processos i procediments derivats d'aquesta implantació. Aquest servei pot incloure aspectes relacionats amb les següents àrees:

- Criteris de tractament de dades associats a la construcció del CDS i la seva alimentació posterior. Inclou criteris funcionals per la identificació, fusió, esborrat, duplicació de dades de clients, periodicitat d'actualització de les dades.
- Necessitats de visualització de dades a la fitxa de clients, inclosa la prioritització dels requeriments per tal de construir la solució de manera incremental. Inclou també la definició de càlculs, agregacions i filtres.
- Necessitats d'integració de les diferents aplicacions a través de l'USD, inclosa la prioritització de les aplicacions pel que fa a la construcció incremental de la solució final.
- Anàlisi del diferent tipus de perfilat d'usuari per tal d'assignar correctament les llicències i els permisos de l'eina.
- Assessorament en la construcció d'un marc conceptual de política de clients que es pugui aterrar en processos d'atenció al client i màrqueting que aprofitin l'augment de dades disponibles.
- Desplegament de les funcionalitats de màrqueting, com a mínim:
 - Configuració Customer Journey (5 automatitzacions)
 - Configuració E-mail Marketing (5 plantilles)
 - Configuració Formularis (4 formularis)
 - Configuració Landing Page (2 pàgines)
 - Configuració Gestió d'Esdeveniments (1 esdeveniment)
- Definició i construcció d'informes de l'àrea de màrqueting.
- Assessorament en l'optimització de processos derivats de la implantació del CRM.
- Suport funcional, per assegurar el suport als usuaris en el funcionament del CRM.

6.3 Gestió del canvi i de la transformació de TMB

TMB és conscient que la implantació del CRM comportarà un canvi en la manera de treballar per part de les àrees que gestionen clients. A més a més, es considera que l'èxit del projecte inclou la capacitat d'ajustar-se a les necessitats de cadascuna de les àrees funcionals i de transformar-ne la manera de treballar segons les noves possibilitats de l'eina nova.

L'adjudicatari haurà de proposar un model integral de gestió del canvi que inclogui els següents aspectes:

- Formació als usuaris, tant a nivell funcional com a nivell d'administració de l'eina. L'adjudicatari haurà d'adaptar el pla de formació a l'estructura organitzativa de TMB, segons els criteris establerts pels corresponents responsables i d'acord amb la documentació relacionada amb l'organització interna.
- Comunicació als usuaris

- Sessions de sensibilització en l'ús de l'eina
- Acompanyament en la definició i recollida de requeriments funcionals i validació de dels dissenys funcionals i tècnics.
- Acompanyament en la realització i la validació de les UATs.
- Elaboració de manuals d'usuari i altre material formatiu i documentació que es consideri adient.
- L'adjudicatari haurà de proposar el pla de gestió del canvi que consideri més adient per al projecte.

7 Fases del projecte

El projecte tindrà dues fases principals:

- **Implantació:** aquesta fase comprèn tots els treballs d'anàlisi, instal·lació, configuració, desenvolupament, migració, formació i suport inicial per tal d'assegurar que TMB té el CRM plenament operatiu i donant servei a l'organització. El Roadmap que es proposa segons les prioritats de TMB és el següent:
 1. Definició Model de Dades.
 2. Depuració i migració BBDD clients (HolaBarcelona, JoTMBé, Zendesk) i transaccional.
 3. Configuració mòdul de màrqueting.
 4. Configuració Visió 360º client i integracions aplicacions Escriptori Unificat
- **Servei de manteniment correctius i evolutius:** aquesta fase comprèn els treballs de correcció d'errors i incidències i realització de petits evolutius. Aquesta fase començarà en el moment que estiguin disponibles les primeres funcionalitats del CRM.

8 Proposta d'implantació i metodologia de projecte

L'adjudicatari ha de presentar la seva proposta d'implantació dels mòduls de CRM inclosos dins l'àmbit del present plec, la qual ha d'incloure el cronograma/calendari d'execució, les condicions de lliurament i la metodologia a utilitzar. Pel que fa a la metodologia, es considera adient plantejar una metodologia Àgil i incremental amb participació dels usuaris en cadascun dels sprints.

Haurà de plantejar també la seva metodologia per assegurar la qualitat i gestionar els riscos.

Com a mínim, en el pla d'implantació haurà de tenir en compte els següents aspectes:

- Les activitats, els terminis i les responsabilitats de les diferents fases del projecte.
- El perfil, responsabilitats i dedicació dels recursos humans proposats en cadascuna de les tasques del projecte.
- Els lliurables i documentació
- La metodologia i procediments previstos en relació al seguiment i coordinació dels projectes en totes les seves fases: especificació, desenvolupament, proves, homologació, etc.
- El pla de proves per assegurar que no hi hagi interrupcions en l'operativa en el moment de les pujades a producció i que les funcionalitats s'ajusten a les expectatives de TMB. En aquest sentit, cal remarcar que l'Adjudicatari haurà de participar activament en la definició, realització i valoració de les proves i haurà de liderar un grup de treball amb la resta de proveïdors per executar les proves pilot, sota la supervisió de TMB.
- Previsió dels terminis, recursos i nombre de classes o jornades necessaris per garantir la correcta formació de tots els usuaris dels sistemes inclosos dins l'àmbit de subministrament.
- Qualsevol implantació del sistema ha de tenir en compte i respectar la imatge gràfica i guia d'estil de TMB o s'haurà d'adaptar seguint les directrius de TMB i sota la seva aprovació.

Totes les postes en marxa seran revisades i acceptades per tècnics de TMB. L'adjudicatari haurà de proporcionar un **Pla d'acceptació**, amb la documentació a lliurar i proposta de proves per a l'acceptació de les aplicacions i serveis del projecte.

Com a criteri general, l'acceptació d'una pujada a producció requerirà l'inici d'operacions, el lliurament de tota la documentació exigible i la realització per part de l'Adjudicatari de les proves i validacions descrites en el seu propi pla d'acceptació.

- Inici d'operacions: instal·lació i posada en funcionament en l'entorn real d'operació de tots els components i serveis del sistema a acceptar, segons els requeriments del plec tècnic.
- Verificació: l'Adjudicatari haurà d'executar les proves i validacions (checklist, UATs...) indicades en el seu propi pla d'acceptació per verificar, documentar i opcionalment certificar el correcte funcionament del sistema o servei a acceptar.
- Documentació: lliurament de tota la documentació tècnica i administrativa relacionada amb el sistema a acceptar, segons els requeriments del plec de condicions.

- Procediment de recuperació de desastres indicant de quins elements cal fer còpia de seguretat (backup) i quines accions s'hauran de fer en cas de caiguda total o parcial del sistema per la seva posterior recuperació i restauració.

En general, tots els documents i/o plans d'execució del projecte hauran de ser necessàriament aprovats per la direcció del projecte, tot i que aquest fet no eximirà a l'Adjudicatari de la plena responsabilitat respecte al contingut del mateix.

9 Servei de manteniment correctiu i evolutius

El servei de manteniment correctiu i evolutius consisteix en realitzar totes aquelles tasques necessàries per tal que el CRM incorpori els canvis i millores sol·licitats per TMB, en col·laboració dels equips tècnics d'altres aplicacions implicades. Inclou una bossa de 320 hores de suport i configuració tècnica a l'any.

S'entendrà com a manteniment correctiu qualsevol canvi a realitzar a l'aplicació o a la configuració de les eines per tal de corregir comportaments no desitjats (errors, incidències, etc).

S'entendrà com a manteniment evolutiu qualsevol canvi a realitzar a l'aplicació per tal d'incorporar noves funcionalitats, modificar alguna de les funcionalitats existents o incloure nous mòduls que interactuïn amb l'aplicació principal.

Segons l'abast del canvi a realitzar, les modificacions es poden classificar en els següents tipus:

- Petits canvis correctius/evolutius: pertanyen a sol·licituds de petits canvis funcionals que deriven en desenvolupaments que no impliquen una dedicació important d'hores. Generalment són intervencions que no necessiten d'un detallat anàlisi i disseny.
- Grans canvis correctius/evolutius: pertanyen a sol·licituds que impliquen canvis o correccions funcionals importants o inclusió de noves funcionalitats més enllà de les necessitats originals, derivant habitualment en una dedicació temporal important tant en anàlisi, disseny, desenvolupament i posada en marxa.

Les sol·licituds es faran arribar a l'adjudicatari a través de l'eina de ticketing de TMB per tal que siguin valorades. Caldrà aprovació formal per part de TMB de l'esforç estimat per a realitzar-les.

Les possibles peticions i/o incidències que TMB hagi de comunicar es realitzarà a través d'un programari en línia de gestió d'incidències facilitat per l'empresa adjudicatària d'acord amb els següents requeriments:

- El programari de gestió d'incidències ha de ser proporcionat i mantingut per l'empresa adjudicatària.
- L'accés al programari de gestió d'incidències ha de ser accessible a través d'una interfície web per mitjà d'Internet.
- Per a cada comunicació d'incidència, es generarà un «tiquet».

- Tot tiquet creat només pot ser tancat per aquella entitat o persona que el va obrir.
- Els tiquets oberts per a TMB han de pertànyer a un projecte o fil de tiquets al qual només TMB i l'empresa adjudicatària poden tenir accés.
- Tota incidència oberta per BASE o per l'adjudicatari, en forma de tiquet, està encabida dins d'un Acord de Nivell de Servei.

9.1 Acords de Nivell de Servei

A continuació es defineixen els acords de nivell de servei, en endavant ANS (o en anglès SLA – Service Level Agreement), objecte d'aquest contracte. Aquests acords estan estretament relacionats amb els requisits definits en aquest document i tenen com a objectiu establir uns paràmetres de qualitat per tal que les expectatives de TMB en el servei, estiguin en línia amb el servei que ofereixi l'adjudicatari.

9.2 Temps resolució d'incidències

Es defineix el temps de resolució d'una incidència com el temps, mesurat en hores, que transcorre des de què TMB comunica a l'adjudicatari el error fins que l'adjudicatari fa la resolució. El temps màxim permès dependrà del nivell de prioritat de la sol·licitud.

En la següent taula es mostren els temps màxims permesos de tramitació en funció del nivell de prioritat:

Nivell de prioritat ANS	Temps màxim permès (en hores)
Urgent	4 hores
Normal	24 hores
Baix	72 hores

9.3 Temps de resposta a sol·licituds de manteniment correctiu/evolutiu

En relació al servei de manteniment evolutiu, es defineixen els següents temps a fi de fixar un acord de nivell de servei:

Temps de presa de requisits: és el nombre de dies laborables que transcorren des de que TMB lliura a l'adjudicatari la petició de canvi o desenvolupament i el moment en què l'adjudicatari lliura a TMB el llistat de requisits o valoració.

Temps d'execució del desenvolupament: nombre de dies laborables que transcorren des de que s'accepta la valoració d'hores per part de TMB i l'adjudicatari finalitza el desenvolupament.

Nivell de prioritat ANS	Temps màxim permès (en setmanes)
Urgent	1 setmana
Normal	3 setmanes
Baix	8 setmanes

Upgrade versions

Dins d'aquest tipus de manteniment, l'adjudicatari haurà d'actualitzar les noves versions de programari a petició de TMB. L'adjudicatari haurà de fer una anàlisi d'impacte, proposar un pressupost, pla de proves i un cronograma. Un cop acordat amb TMB procedirà a realitzar les actualitzacions dins del pressupost i cronograma acordat.

Es realitzaran les actualitzacions primer a pre-producció i un cop realitzades les validacions corresponents, a producció.

10 Condicions de l'execució

L'execució de les feines objecte d'aquest licitació s'haurà de desenvolupar amb els següents condicionants:

- Confidencialitat
- Propietat intel·lectual
- Comunicacions externes
- Organització de TMB
- Eines de TMB
- Equip de treball
- Desenvolupament de l'activitat
- Garantia
- Reunions de treball

10.1 Confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i guardar en el més absolut secret tota la informació a la qual tingui accés en el compliment del present contracte i a subministrar-la només al personal autoritzat per TMB.

L'adjudicatari està obligat a mantenir absoluta confidencialitat i reserva sobre qualsevol dada que pogués conèixer com a conseqüència de participar en l'actual licitació o, en durant el compliment del contracte, especialment aquelles dades de caràcter personal.

L'empresa contractada serà responsable de les violacions del deure de secret que es puguin produir per part del personal al seu càrrec. Així mateix, s'obliga a aplicar les mesures necessàries per a garantir l'eficàcia dels principis de mínim privilegi i necessitat de conèixer, per part del personal participant en el desenvolupament del contracte.

Un cop finalitzat el present contracte, l'empresa contractada es compromet a destruir amb les garanties de seguretat suficients o retornar tota la informació facilitada per TMB, així com qualsevol altra producte obtingut com a resultat del present contracte.

10.2 Propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs realitzats a l'empara d'aquest contracte pertany TMB de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats, no podran ser utilitzats sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a informació i/o productes protegits per la propietat intel·lectual, propietat de TMB, necessaris per al desenvolupament del producte o servei contractat no pressuposa en cap cas la cessió de la mateixa.

L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec corresponen única i exclusivament a TMB. Així doncs, el contractat cedeix, amb caràcter d'exclusivitat, la totalitat dels drets d'explotació dels treballs objecte d'aquest plec, inclosos els drets de comunicació pública, reproducció, transformació o modificació i qualsevol d'altre dret susceptible de cessió en exclusiva, d'acord amb la legislació sobre drets de propietat intel·lectual.

10.3 Comunicacions externes

L'empresa adjudicatària no podrà en cap cas utilitzar els treballs realitzats per la seva pròpia comunicació externa sense el consentiment exprés de TMB.

10.4 Organització de TMB

Sobre aquesta licitació, la interlocució amb l'adjudicatari la farà el Responsable de Projectes i Organització de l'Àrea de Màrqueting Estratègic de TMB. No obstant, en el projecte, participaran d'altres àrees de l'organització amb qui l'adjudicatari haurà de relacionar-se per a definir els requeriments funcionals del projecte.

10.5 Eines de TMB

L'adjudicatari podrà proposar eines de gestió segons la metodologia proposada.

Així mateix, TMB disposa d'un gestor documental (SharePoint) on s'habilitarà un site de projecte per tal de tenir tota la documentació generada pel projecte ben organitzada i arxivada.

10.6 Desenvolupament de l'activitat

Es prioritzaran els sistemes de teletreball sempre que les funcions assignades ho permetin. A mesura que sigui possible, es limitaran les reunions presencials i en cas que sigui imprescindible, s'organitzarà l'espai de les oficines de TMB (Zona Franca) de manera que es pugui mantenir la distància interpersonal mínima de 2 metres i es disposarà de solució hidroalcohòlica.

10.7 Calendari previst

Està previst que el projecte d'implantació s'iniciï al gener de 2021. Es preveu una durada de màxim de 9 mesos d'implantació (fase Implantació) per tenir la solució completa en funcionament (CDS + USD + Fitxa Client + Comunicacions i Màrqueting). S'haurà de proveir el manteniment i evolutius fins a dos anys després de la signatura del contracte (fase Manteniment).

10.8 Garantia

Les tasques objecte del contracte tindran una garantia de 2 mesos a partir de l'acceptació del seu lliurament. Durant aquest període l'empresa adjudicatària es compromet a resoldre satisfactòriament totes aquelles incidències o defectes detectats als lliurables que li siguin imputables a ell per acció o per omissió, sense cost algun per TMB.

Aquesta garantia inclourà la correcció d'errors detectats posteriorment o perquè no s'han cobert les funcionalitats requerides, així com la correcció de les deficiències i l'adequació de la documentació o manuals associats.

Els productes lliurats com a conseqüència de la correcció d'errors, es faran de conformitat amb el present plec, i per tant gaudiran d'un nou període de garantia.

La detecció d'aquests errors o omissions en els requeriments durant el període de garantia anul·larà qualsevol acceptació realitzada dels lliurables afectats.

1 Anexo

Fruto del proyecto IAAC, Everis tenía el encargo de analizar el actual proceso de objetos perdidos, identificar problemáticas y proponer soluciones. A continuación se expone una tabla en la que se ha llevado a cabo una valoración de cada una de las problemáticas identificadas por parte de Everis:

Servicio	Fase afectada del proceso	Problemática identificada	Detalle de la problemática	Adecuación de la conclusión	Valoración de la problemática
Objetos perdidos	Hallazgo	No hay un protocolo definido para los objetos hallados en bus y las líneas de metro tanto convencionales como automáticas	El hallazgo del objeto no depende del Área Cliente ya que se produce en las operaciones de Metro y Bus donde cada una tiene métodos diferentes cuando encuentran un objeto	✓	Analizados los modelos de gestión de los objetos perdidos en bus, líneas convencionales de metro y líneas automáticas, efectivamente se observan divergencias en el tratamiento y en el ciclo de vida de los objetos perdidos dependiendo de la operación donde se hallan. Solución a la problemática: Con el modelo propuesto se pretende evolucionar a un modelo homogéneo y compartido entre operaciones, siempre teniendo en cuenta aquellas especificidades propias de cada operación que puedan hacer necesaria alguna modificación <i>ad hoc</i>.
Objetos perdidos	Hallazgo	No hay un protocolo definido para los objetos hallados en bus y las líneas de metro tanto convencionales como automáticas	El registro en tiempo y calidad de un objeto encontrado en bus y metro depende de la buena voluntad de la persona que lo haya encontrado (conductor, agente de atención, usuario del servicio, etc.)	✓	Analizado el proceso integral asociado a los objetos perdidos, desde su identificación hasta la entrega al usuario, efectivamente se observan varias tareas de carácter muy manual en las que influye de manera importante la buena voluntad del agente para asegurar que el tratamiento del objeto perdido se asemeje lo máximo posible al protocolo establecido. Solución a la problemática: La dependencia de la buena voluntad del agente que intervenga con el objeto perdido es algo con lo que inevitablemente vamos a tener que lidiar también en el modelo futuro. Sin embargo, se propone protocolizar el proceso y comunicarlo adecuadamente a los colectivos que intervienen en el ciclo completo asociado a esta gestión.

Servicio	Fase afectada del proceso	Problemática identificada	Detalle de la problemática	Adecuación de la conclusión	Valoración de la problemática
Objetos perdidos	Hallazgo Traslado Registro	No existe una trazabilidad ni visibilidad del objeto en tiempo real	Hay un punto ciego desde que se encuentra el objeto hasta que se registra de hasta 72h, dando lugar a una falta de información sobre el mismo objeto (número de línea, etc.). La persona que lo encuentra no necesariamente es la persona que lo registra en el sistema.	Parcial	Esta conclusión es correcta para el caso de bus y para el caso de líneas convencionales, pero incorrecta para las líneas automáticas donde el hallazgo y el registro es casi simultáneo. Cabe apuntar que a día de hoy bus y líneas convencionales, evidentemente, aglutinan la mayor parte de los objetos perdidos. Solución a la problemática: Con el ánimo de corregir esto, se plantea un modelo en líneas convencionales asimilable al de líneas automáticas que nos permitiría evitar este punto ciego de hasta 72h. Para el caso del bus, por las evidentes limitaciones que presenta el colectivo de conductores, se plantea también empezar a utilizar sharepoint y que el registro del objeto perdido se haga cuando éste haya sido entregado en el centro operativo correspondiente.
Objetos perdidos	Registro	No hay una tipificación clara y estándar del objeto	Muchos campos no están informados (línea de bus o metro). Algunos campos están informados de manera errónea (fecha de registro no corresponde con la fecha de pérdida del objeto) o según el criterio del agente, hay un campo de descripción supeditado a la subjetividad del agente	✓	Sí que existen campos de información estandarizados para algunos aspectos del registro, como son el origen, la fecha, la línea, etc. Sin embargo, ésta es una tarea de elevada carga manual y que depende en gran parte de la buena voluntad de la persona que este registrando el objeto. Solución a la problemática: Se deberá formar a los colectivos encargados del registro para que sepan exactamente que deben informar en cada campo y que sean conscientes de las consecuencias de no hacerlo, a efectos de conseguir efectivamente entregar el objeto al cliente.

Servicio	Fase afectada del proceso	Problemática identificada	Detalle de la problemática	Adecuación de la conclusión	Valoración de la problemática
Objetos perdidos	Hallazgo Traslado Registro Custodia Entrega	No hay un seguimiento del objeto	No hay un registro en origen, salvo en las líneas automáticas de metro, lo que impide realizar un seguimiento del objeto. El objeto está vinculado a una cochera pero no a una línea de bus, lo que dificulta su búsqueda en la base de datos	✓	Efectivamente, tal y como Everis indica aquí y como ya apuntábamos en un punto anterior, el registro en origen solo existe en líneas automáticas. Solución a la problemática: Para corregir esto se plantea un modelo de gestión que garantice un registro del objeto en origen con un flujo de estados automático en función del punto del ciclo de vida en el que se encuentra el objeto. A su vez, se propone - para el caso del bus - asociar objeto perdido con el número de calca del bus en el que se encontró el objeto, facilitando su búsqueda en la base de datos.
Objetos perdidos	Registro Entrega	Existen actividades manuales	Casi todas las actividades del proceso exigen un elevado componente manual para su ejecución	✓	Efectivamente, todo el ciclo de vida asociado a la gestión de los objetos perdidos es un proceso con elevada carga manual. Solución a la problemática: Con el objetivo de reducir esto se plantea el uso de inteligencia artificial, que principalmente entraría en juego en la fase de entrega del producto persiguiendo mejorar el ratio de devoluciones, y se plantean también algunos automatismos en el registro de la ficha del objetivo, principalmente ligados a conocer el estado del objeto.
Objetos perdidos	Hallazgo Traslado Registro Custodia Entrega	No hay una integración de los sistemas	Zendesk recoge los tickets de búsqueda del objeto mientras que el registro de todos los objetos perdidos se encuentra en sharepoint	Parcial	A día de hoy, efectivamente, ambas plataformas no están integradas. Sin embargo, tampoco se considera éste un punto excesivamente problemático. Mientras que Zendesk nos permite controlar las interacciones con el cliente y dar respuestas a sus solicitudes, Sharepoint nos permite tener el registro de todos los OP. Ambas plataformas se complementan sin presentar solapes entre ellas que inviten a pensar en integrarlas. Solución a la problemática: No se considera que ésta sea una problemática con mucha incidencia. Con la revisión del proceso se considera seguir usando ambas plataformas por separado, sin integración.

Servicio	Fase afectada del proceso	Problemática identificada	Detalle de la problemática	Adecuación de la conclusión	Valoración de la problemática
Objetos perdidos	Registro Entrega	No hay campos obligatorios en Sharepoint	No hay campos claros y obligatorios que faciliten el registro y posterior búsqueda (marca, color, etc.) del objeto	*	Sí existen campos de registro obligatorio al registrar un nuevo objeto perdido en Sharepoint. Exactamente existen 3 campos obligatorios: objeto, descripción del objeto y origen. Solución a la problemática: A los 3 campos ya obligatorios en la ficha actual de sharepoint se considera oportuno añadir 3 campos obligatorios nuevos: Línea, Estación/Número de calca en bus y fecha de hallazgo del objeto.
Objetos perdidos	Entrega	El sistema no permite la búsqueda eficiente del objeto	No se pueden realizar búsquedas parametrizadas, como el filtro por intervalos de días, etc.	*	Sí existe posibilidad de búsqueda de objetos en Sharepoint mediante el uso de filtros. Existen 3 posibilidades de búsqueda: a) Búsqueda desde el listado genérico con todos los registros b) Búsqueda a través de palabras clave dentro de un campo concreto del registro del objeto (P.ej: Busco "Camiseta azul" en el campo 'Descripció objecte') c) Búsqueda mediante filtrados Solución a la problemática: No existe tal problemática con la herramienta de Sharepoint